

# Miten valistus voi vaikuttaa?

## Tapaustutkimus Lasten seurassa -ohjelmasta

MATTI PIISPA

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen vuonna 2010 julkaiseman Suomi juo -tutkimuksen (Mäkelä & al. 2010) mukaan lähes kaikki vanhemmat ovat sitä mieltä, että pienten lasten läsnä ollessa ei tule humaltua, ja 70 prosentin mielestä pienten lasten läsnä ollessa ei tule käyttää lainkaan alkoholia (Raitasalo 2010). Juomisen itsestäyty lasten vuoksi on siis yleistä.

Toisaalta muutoksen tarvetta on edelleen. Samaisessa tutkimuksessa 60 prosenttia vanhemmista salli humaltumisen, jos joku seurueesta on selvä ja huolehtii lapsista. Tutkijat arvioivat, että tilanteita, joissa ainakin joku aikuinen on yli promillen humalassa lasten läsnä ollessa, on Suomessa vuosittain yli 2 miljoonaa (Raitasalo & al. 2011). A-klinikkasäätiön Lasinen lapsuus -toiminnan teettämässä tutkimuksessa (Peltoniemi 2005; Roine 2009) puolestaan on arvioitu, että Suomessa on satojatuhansia alkoholiongelmaisissa perheissä kasvaneita ja kasvavia lapsia.

Tällaisten lukujen pienentäminen ja ylipäänsä vanhempien ja muiden aikuisten alkoholinkäytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvien haittojen vähentäminen on Alkon, Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen, A-klinikkasäätiön, Mannerheimin Lastensuojeluliiton ja Suomen Vanhempainliiton vuodesta 2009 lähtien toteuttaman *Lasten seurassa* -valistusohjelman tärkein tavoite.

Alkoholitutkimus on osoittanut, että iso osa alkoholihaitoista liittyy satunnaiseen humalajuomiseen (ks. Mäkelä & Mustonen 2010) ja aikuisten ongelmattomana pitämä juominenkin voi olla lapsille hämmentävää ja ongelmallista (ks. esim. Itäpuisto 2005). Lasten seurassa -ohjelma on siksi kohdistettu kaikkiin aikuisiin ja perheisiin, ei vain riski- ja ongelmajuojiin. Ohjelman toteutusmuotoja ovat olleet muun muassa mediakampanjat, omat verkkosivut (lastenseuras.fi), videot, vanhempainillat ja valistuslehtiset,

ja sen vaikutuksia on arvioitu vuosittain (Piispa 2010; 2011; 2012; 2013).

Lasten seurassa -ohjelmalla on ollut kahdella tavalla hyvät lähtökohdat. Ensinnäkin mielipideilmasto on ohjelman teemalle ja tavoitteelle suotuisa. Sekä kyselytutkimukset että yksittäistapauksista syntyneet keskustelumyrskyt ovat osoittaneet, että yleinen mielipide tukee erittäin voimakkaasti lasten suojelua (esim. HS 3.6.2009). Tämä tuki lähtee ajatuksesta, että lapset ovat viattomia sivullisia, jotka tarvitsevat hyvien aikuisten suojelua. Tässä viitekehyksessä Lasten seurassa -ohjelma, joka korostaa lasten suojelua aikuisten alkoholinkäytöltä, saa yleisen mielipiteen jo lähtökohtaisesti puolelleen.

Toiseksi ohjelma on voinut hypätä ikään kuin liikkuvaan junaan eli vuosia jatkuneeseen prosessiin, joka on vahvistanut lapsinäkökulmaa sekä alkoholikysymyksessä että suomalaisessa yhteiskunnassa laajemminkin. On tuotettu ja levitetty tietoa aikuisten alkoholinkäytöstä lapsille aiheutuvista haitoista, uudistettu lastensuojelulakia, alettu arvioida erilaisten toimenpiteiden lapsivaikutuksia, toteutettu lasten ja perheiden hyvinvointia edistävää politiikkaohjelmaa ja niin edelleen.

Lasten seurassa -ohjelma on pyrkinyt omalta osaltaan virittämään ja ylläpitämään tätä prosessia. Se on yrittänyt saada vanhemmat ja muut aikuiset pohtimaan ja muuttamaan alkoholiasenteitaan ja alkoholinkäyttöään niin, että niistä lapsille ja nuorille aiheutuvat haitat vähenisivät. Se on vedonnut aikuisten vastuullisuuteen ja pyrkinyt vahvistamaan alkoholinkäytön (perhe)yhteisöllistä sääntelyä.

Tässä artikkelissa tutkin, kuinka ohjelma on pyrkimyksissään onnistunut. Erittelen väestökyselyjen tuloksia ohjelman havaitsemisesta ja virittävyydestä, ohjelman vaikutusta sen päätoteutta-

jan Alkon imagoon sekä ohjelman verkkosivujen sisältöä, kävijämäärää ja sivuilla käytyä keskustelua. Ensin kuitenkin kuvaan ohjelman toteuttajapohjaa ja syntyhistoriaa. Kuvaus perustuu asiakirjoihin, avainhenkilöiden haastatteluihin ja työskentelyyn ohjelman asiantuntijaryhmässä.

## Ohjelman toteuttajat

Lasten seurassa -ohjelman toteuttajista Alko ja Terveiden ja hyvinvoinnin laitos kuuluvat sosiaali- ja terveysministeriön hallinnonalaan. A-klinikkasäätiö, Mannerheimin Lastensuojeluliitto ja Suomen Vanhempainliitto ovat puolestaan ”kolmannen sektorin” eli kansalaisyhteiskunnan organisaatioita. Aloitteentekijöinä yhteistyössä olivat sosiaali- ja terveysministeriö ja Alko. Ministeriö halusi vahvistaa sosiaali- ja terveystieteiden tavoitteiden asemaa Alkon toiminnassa, ja yhtiö perusti helmikuussa 2008 alkoholipoliittisen työryhmän (sittemmin valiokunta), joka ensi työnään alkoi valmistella Alkolle ”vastuullisuusohjelmaa”. Kesäkuussa 2008 alkoholipoliittinen työryhmä päätti, että vastuullisuusohjelman teemaksi otetaan vanhempien alkoholinkäytön vaikutukset lapsiin (pöytäkirja 17.6.2008). Ohjelmasta suunniteltiin pitkäkestoista ja ”Alko-vetoisena” muutaman yhteistyökumppanin kanssa toteutettavaa. Luonteviksi yhteistyötahoiksi nimettiin Terveiden ja hyvinvoinnin laitos (silloin vielä Kansanterveyslaitos ja Stakes), A-klinikkasäätiö ja Mannerheimin Lastensuojeluliitto.

Alkosta tulleen yhteistyötarjouksen hyväksyminen ei ollut A-klinikkasäätiössä ja Mannerheimin Lastensuojeluliitossa itsestäänselvyys (haastattelut 8.10.2010 ja 23.11.2010). Pohdinnan ja keskustelujen jälkeen tarjous kuitenkin hyväksyttiin. Tärkein peruste hyväksymiselle oli molemmissa organisaatioissa Lasten seurassa -ohjelman vastuullisuuseetos eli ohjelman pyrkimys ehkäistä ja vähentää aikuisten alkoholikulttuurin haitallisia vaikutuksia lapsiin. Yhteistyötä puolsi myös se, että sekä A-klinikkasäätiöllä että Mannerheimin Lastensuojeluliitolla on vastavaa omaa toimintaa (Lasinen lapsuus- ja Ehkäisevän päihdetyön hanke). Lasten seurassa -ohjelma on ensimmäinen yhteistyö Mannerheimin Lastensuojeluliiton ja Alkon välillä. A-klinikkasäätiön kanssa Alko sen sijaan on tehnyt paljonkin yhteistyötä.

Syksyllä 2008 A-klinikkasäätiön ja Mannerheimin Lastensuojeluliiton edustajat tulivat mukaan ohjelman asiantuntijaryhmään, jossa jo oli edustus sosiaali- ja terveysministeriöstä, Alkosta ja pian Terveiden ja hyvinvoinnin laitokseksi yhdistyvistä Kansanterveyslaitoksesta ja Stakesta. Suomen Vanhempainliitto liittyi joukkoon vuoden 2011 alussa. Asiantuntijaryhmä on seurannut ja ohjannut ohjelman toteutusta. Pääpaino on ollut seurannalla ja toimien koordinoinnilla: edellä mainitut osapuolet ovat varsin itsenäisesti suunnitelleet kukin oman toimintansa ja informoineet siitä asiantuntijaryhmän kokouksissa.

Lasten seurassa -konteksti on antanut lisää resursseja (eli Alkon rahaa) ja näkyvyyttä A-klinikkasäätiön, Mannerheimin Lastensuojeluliiton ja Suomen Vanhempainliiton päihdetyölle, mikä on mahdollistanut esimerkiksi selvitysten tekemisen ja tavallista laaja-alaisemman vaikuttamisen. Järjestöjen itsenäisyyden kääntöpuoli on ollut se, että toiminnallista yhteistyötä ei juuri ole syntynyt. Lasten seurassa -ohjelma on ollut kuin Alkon kustantama sateenvarjo, jonka alla olevat ovat kukin omilla vahvuuksillaan toteuttaneet ohjelman vastuullisuusajasta.

## Ohjelman havaitseminen

Kun väestökyselyssä selvitetään jonkin kampanjan havaitsemista, osa vastaajista ilmoittaa havainneensa kampanjan, vaikka näin ei ole todella tapahtunut. Syitä tähän voivat olla esimerkiksi kysytyn kampanjan sekoittaminen johonkin toiseen nähtyyn kampanjaan (vrt. Jallinoja & al. 2003, 18) tai vastaajan halu ilmoittaa, että hän tuntee kysymyksen perusteella hyväksi ja tärkeäksi kokemansa kampanjan. Yleisempää väestökyselyissä on kuitenkin se, että vastaaja ilmoittaa, ettei ole havainnut kampanjaa, vaikka niin on todellisuudessa tapahtunut. Tällaiset väärät vastaukset voivat johtua unohtamisesta ja tietämättömyydestä: vastaaja on unohtanut kampanjan tai ei yksinkertaisesti vain tiedä havainneensa sitä.

Parhaiten kampanjat muistetaan mediajulkisuudesta: maksetuista tv- ja radiospoteista, mainoksista, lehti-ilmoituksista, uutisista tai kampanjan virittämistä kommentista. Kun Lasten seurassa -ohjelman havaitsemista selvitettiin TNS Gallupin kyselyssä keväällä 2009, television ja radion asema oli aivan ylivoimainen. Ne ni-

mesi lähteekseen 80 prosenttia ohjelman havainneista vastaajista.

Kampanjan muistamisen kannalta olennainen seikka on tietysti se, milloin kampanjan havaitsemisesta kysytään: heti aktiivisen mediakampanjavaiheen päätyttyä vai vasta myöhemmin. Toinen tuloksiin herkästi vaikuttava tekijä on se, miten havaitsemisesta kysytään. Nämä molemmat tulivat selvästi esiin Lasten seurassa -ohjelman havaitsemista kartoittaneissa väestökyselyissä.

Suurin ohjelman havainneiden osuus 15–64-vuotiaista vastaajista oli 59 ja pienin 20 prosenttia. Suurempi luku saatiin ohjelman aktiivisen kampanjoinnin yhteydessä keväällä 2011 tehdyssä kyselyssä (TNS Gallup, internet-otos 1 203), jossa vastaajille näytettiin ohjelman tuot-tama, isän ja pojan pilkkireissusta kertova filmi ja kysyttiin, ”muistatko nähneesi tämän mainoksen aiemmin televisiossa”. Pienempi luku saatiin Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen tekemissä Aikuisväestön terveyskäyttäytyminen ja terveys (AVTK) -kyselyissä (otos 5 000, ks. Helakorpi & al. 2012), jotka toteutettiin ohjelman hiljaisempina kampanjavuosina 2010 ja 2012. Havaitsemista selvitettiin vain kysymällä ”oletteko havainnut Lasten seurassa -vastuullisuuskampanjan”.

Koska havaitsemistulokset ovat näin herkkiä selvittämisen kontekstille ja metodille, Lasten seurassa -ohjelman havaitsemisen vertailu muiden kampanjoiden havaitsemiseen ei ole mielekäästä (vrt. Piispa 2010, 32). Ohjelman arvioinnin kannalta olennaisempaa on se, että alin-kin havaitsemisluku (20 %) merkitsee 3,53 miljoonasta 15–64-vuotiaasta suomalaisesta noin 700 000:ta ja korkein (59 %) yli 2:ta miljoonaa ihmistä. Lasten seurassa -ohjelma on siis tavoittanut todella paljon suomalaisia.

Havaitsemisen erittely sukupuolen ja iän mukaan on tuottanut odotettuja tuloksia: vanhemmuuselämää todennäköisimmin elävät (25–50-vuotiaat) ovat havainneet ohjelman paremmin kuin alle 25-vuotiaat, ja naiset ovat havainneet ohjelman yleensä paremmin kuin miehet. Vastaajan alkoholinkäyttöön perustuva erittely on osoittanut, että alkoholia vain silloin tällöin ja yleensä vähän kerralla käyttävät ovat havainneet ohjelman paremmin kuin tiheästi tai usein paljon kerralla juovat vastaajat. Ohjelman tavoitteiden kannalta tämä tietysti on harmillista.

## Pohdinnan ja muutosten virittyminen

Isän ja pojan pilkkireissusta kertovan filmin lisäksi Lasten seurassa -ohjelma on tuottanut televisioon ja sosiaaliseen mediaan muun muassa animaatiot ”Äiti ja tytär tanssivat” ja ”Isä ja poika leikkivät” sekä videot ”Ääni lapselle” ja ”Hirviöt” (Lasinen lapsuus -hanke). Niistä on saatu myönteistä palautetta, mikä viittaa siihen, että niillä on ollut vaikutusta:

”Muistan televisiosta pinnistelemättä tasan yhden mainoksen. Siinä piirroshahmot kännäävät kotona. Tapahtumia selostaa lapsen ääni. Isä on ensin ylliriekas, sitten synkkä raivopää. Äiti haluaa ällön tiukasti. – Tuommoinenko minäkin olen lapsen ällmin neljän tai viiden tölkin jälkeen? Jos en sentään väkivaltainen, niin kuitenkin kaikkea liikaa, ailahtelevainen ja arvaamaton?”

Helsingin Sanomat 28.3.2009,  
Matti Huuskosen kolumni.

”Ehkäpä rankkaa shokkimeininkiä, mutta taatusti toimivaa. Erittäin, erittäin osuva mainos niille, joille se on tarkoitettukin (...) ’Ääni lapselle’ -mainos oli myös kohahduttavuudestaan huolimatta varsin huoliteltu ja loppuun ajateltu. Tätä lisää, sormen heristäminen ja kaiken kieltäminen ei todellakaan aja samaa asiaa kuin ihmisten oikeasti ajattelemaan pistäminen.”

Kommentti Youtubessa 2012

Ohjelman viestien puhuttelevuutta voidaan eritellä myös väestötasolla. TNS Gallupin kyselyssä keväällä 2011 isän ja pojan pilkkireissusta kertovan filmin aiemmin nähneiltä kysyttiin, ”piditkö tästä mainoksesta” ja ”mitä tällä mainoksella halutaan mielestäsi viestiä”. Filmistä pidettiin selvästi enemmän kuin tv-mainoksista keskimäärin TNS Gallupin tutkimuksissa: vastaajista 35 prosenttia ilmoitti pitävänsä filmistä paljon ja 45 prosenttia melko paljon, kun tv-mainontatutkimusten vastaavat keskiarvot TNS Gallupilla ovat 13 ja 40 prosenttia. Filmistä pitäneiden osuus oli korkea kaikissa vastaajaryhmissä, ja kaikkein korkeimmaksi, 85 prosenttiin, se nousi filmin ydinkohderyhmässä eli 7–17-vuotiaiden lasten vanhempien keskuudessa.

Filmin nähneet tulkitsivat sen viestin ”oikein”. Kolme neljäsosaa vastaajista yhdisti sen aikuisen ja lasten vuorovaikutukseen: 41 prosenttia vastaajista totesi, että sillä yritetään saada pohtimaan alkoholinkäyttöä lasten seurassa tai korostaa, ettei alkoholia tule käyttää lasten seurassa, 34 prosenttia koki filmin painottavan aikuisen esimerkkiä, vastuullisuutta tai roolimallia lapselle (TNS Gallup teki vastausten luokittelun). Vii-

desosa vastaajista luonnehti filmin viestin yleisemmin alkoholinkäyttöön liittyväksi: halutaan saada pohtimaan käyttöä, vähentää (liika)käyttöä, edistää kohtuukäyttöä tai raittiutta tai varoittaa alkoholin vaaroista.

Jos Lasten seurassa -ohjelman viestit on havaittu ja ne ovat puhutelleet, mitä ne sitten ovat vastaanottajissa virittäneet? TNS Gallupin väestökyselyissä tätä on selvitetty kysymällä ohjelman havainneilta, ”onko Lasten seurassa -kampanja saanut sinut pohtimaan tai muuttamaan omaa alkoholinkäyttöäsi lasten ja nuorten seurassa”. AVTK-tutkimuksissa ohjelman havainneilta vastaajilta on puolestaan kysytty, ”onko kampanja saanut Teidät pohtimaan tai seuraamaan omaa alkoholinkäyttöänne lasten ja nuorten seurassa”.

TNS Gallupin kevään 2009 kyselyssä (internet-otos 1 209) pohdinnasta ilmoitti 31 prosenttia ja kevään 2011 kyselyssä 27 prosenttia vastaajista. Muutoksista omassa alkoholinkäytössä ilmoittaneiden osuudet olivat 2 ja 6 prosenttia vastaajista. Ikäryhmien vertailussa Lasten seurassa -ohjelmasta virittyneiden osuus oli korkein 25–50-vuotiailla. Vastaajista, joiden nuorin lapsi on alle 7-vuotias, jopa 54 prosenttia ilmoitti kevään 2011 kyselyssä pohdinnan (48 %) tai muutosten (6 %) virittymisestä. Ohjelman vaikutusten kannalta tärkeää on myös se, että useamman kerran viikossa alkoholia käyttävistä ja usein paljon kerralla juovista vastaajista noin joka toinen ilmoitti, että ohjelman viestit ovat saaneet pohtimaan tai muuttamaan omaa alkoholinkäyttöä lasten ja nuorten seurassa.

AVTK-tutkimuksissa omaa alkoholinkäyttöään pohtineiden tai seuranneiden osuus ohjelman havainneista on ollut keskimäärin lähes 50 prosenttia eli selvästi korkeampi kuin TNS Gallupin kyselyissä. Ero johtunee kyselyjen erilaisista ajoituksista ja metodeista. Kun ohjelman havaitsemista ja virittävyyttä kysytään pari kuukautta aktiivisen kampanjavaiheen jälkeen (AVTK) eikä vastaajia auteta muistamisessa esimerkiksi filmejä näyttämällä, ohjelmasta todella vaikuttuneiden osuus ohjelman muistavista tietysti kasvaa. Korkeimmalle, 57 prosenttiin, ohjelmasta virittyneiden osuus on AVTK-tutkimuksissa noussut 35–44-vuotiailla vastaajilla.

TNS Gallupin tulosten perusteella voidaan arvioida, että 3,53 miljoonasta 15–64-vuotiaasta suomalaisesta noin 430 000 (v. 2009) – 570 000 (v. 2011) on pohtinut ja noin 30 000 (v. 2009) – 125 000 (v. 2011) muuttanut ohjelman virittä-

mänä alkoholinkäyttöään lasten ja nuorten seurassa. AVTK-tutkimusten lukujen perusteella puolestaan päädytään vuositasolla noin 300 000–450 000:een omaa alkoholinkäyttöään Lasten seurassa -ohjelman välittämien viestien vuoksi pohtineeseen tai seuranneeseen. Nämä ovat isoja lukuja.

Emme valitettavasti tarkasti tiedä, mitä ihmiset tarkoittavat, kun he ilmoittavat ”pohtineensa” tai ”muuttaneensa” alkoholinkäyttöään. Väestökyselyt ovat karkea menetelmä tällaisten, usein vastaajalle itselleenkin epäselvien asioiden tutkimiseen. Todennäköisesti Lasten seurassa -ohjelman viestit – varsinkin televisiossa ja sosiaalisessa mediassa esitetyt filmit ja videot – ovat vähintäänkin tarjonneet vanhemmille tilaisuuden ottaa omat juomatavat ja lasten kokemukset niistä puheeksi perhepiirissä ja virittäneet juomatapojen hienosäätöä: alkoholinkäytön vähentämistä tai käytöstä luopumista tietyissä tilanteissa.

## Ohjelma ja Alkon imago

Lasten seurassa -ohjelman suunnittelupapereissa ohjelman tavoitteeksi asetettiin vanhempien ja muiden aikuisten alkoholinkäytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvien haittojen vähentämisen lisäksi Alkon yhteiskuntavastuun vahvistaminen. Ohjelman toteuttamisella on pyritty vahvistamaan vastuullisuuskäytäntöjä ja -ajattelua Alkon toiminnassa ja vakuuttamaan kansalaisia yhtiön tarpeellisuudesta alkoholihaittojen ehkäisyssä. Jos nämä tavoitteet toteutuvat, Alkon imagon pitäisi kohentua ja vaikutukset voisivat näkyä myös yhtiön alkoholipoliittisessa hyväksymisessä (legitimiteetissä) (vrt. Piispa 2010a).

Alkon imagon muuttumista kansalaisten keskuudessa selvitettiin keväällä 2011, kun TNS Gallupin tekemään väestökyselyyn liitettiin kysymys, jolla mitattiin Lasten seurassa -ohjelman vaikutusta mielikuvaan Alkosta. Ohjelman havainneilta kysyttiin: ”Lasten seurassa -kampanjan päätoteuttaja on Alko. Onko kampanja vaikuttanut mielikuvaasi Alkosta?” Vastausvaihtoehdot olivat ”ei”, ”kyllä, mielikuvani on muuttunut myönteisemmäksi”, ”kyllä, mielikuvani on muuttunut kielteisemmäksi” ja ”en osaa sanoa”.

Tulokset olivat Alkon imagon kannalta erittäin positiivisia: vastaajista 42 prosenttia ilmoitti mielikuvansa muuttuneen myönteisemmäksi, ja vain prosentti vastaajista ilmoitti mielikuvansa muut-

tuneen kielteisemmäksi. Ohjelman myönteinen vaikutus oli vahva kaikissa TNS Gallupin vastajaryhmissä. Eniten yleisistä positiivisista arvioista poikkesivat raittiit vastaajat, joista ”vain” 30 prosenttia ilmoitti myönteisestä muutoksesta ja 26 prosenttia vastasi ”en osaa sanoa”.

Alkon alkoholipoliittista legitimitettä on puolestaan selvitetty TNS Gallupin vuosittain Alkolle tekemässä väestökyselyssä kysymyksellä, ”onko valtion alkoholimonopoli Alko ja sille annettu yksinoikeus alkoholijuomien vähittäismyyntiin mielestäsi hyvä tapa rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta?”. Kyllä-vastausten osuus on vuosina 2008–2012 vaihdellut 65 ja 72 prosentin välillä. Osuus on siis ollut varsin korkea, mutta johdonmukaista nousua siinä ei ole tapahtunut. (Österberg 2012.)

Näyttää siis siltä, että ohjelma ei ole vaikuttanut Alkon alkoholipoliittiseen hyväksyttävyyteen kansalaisten keskuudessa. Ilmeisesti Alkon vastuullisuusimagoa ja yhtiön legitimitettä arvioidaan eri perusteilla: ensiksi mainittu liittyy Alkon käytännön toimintaan, jälkimmäinen siihen, kannattaako henkilö julkista vai yksityistä alkoholisaantelyä. Lasten seurassa -ohjelmalla voi vaikuttaa Alkon imagoon, mutta alkoholipoliittinen hyväksyttävyys kytkeytyy laajempiin yhteiskunnallisiin arvoihin ja muuttuu siksi imago hihaammin.

## Ohjelman verkkosivut

Lastenseurassa.fi -verkkosivujen sisällön rakentamisessa on ollut kaksi lähtökohtaa: aikuinen antaa aina lapsille mallin alkoholinkäytössä ja suhtautumisessa alkoholiin, ja aikuisten kohtuullisellakin alkoholinkäytöllä voi olla haitallisia vaikutuksia lasten elämään. Näistä syistä verkkosivut on suunniteltu ja suunnattu kaikille aikuisille, myös ”tavallisille Matti ja Maija Meikäläisille”, ei vain päihdeperheille ja alkoholiongelmallisille vanhemmille.

Sivuilla todetaan, että ei ole vain yhtä oikeaa vastausta siihen, millainen aikuisten alkoholin käyttö olisi haitatonta lapsille. Niinpä sivut ovat olleet kysymysten esittämisen ja ihmisten oman pohdinnan ja keskustelun virittämisen foorumi, jolla on vältetty varmoja kannanottoja ja ”sormella osoittelua”. Sivulla on muun muassa selvitetty alkoholinkäytön vaikutuksia sikiöön, lapseen ja nuoriin sekä annettu vinkkejä siihen, mi-

ten alkoholista kannattaa puhua lasten ja nuorten kanssa. Keskustelua ja pohdintaa on viritelty pyydetyillä puheenvuoroilla, kyselyillä ja väitteillä.

Kävijöitä sivuilla on ollut selvästi eniten (62 692) ohjelman aloitusvuonna 2009. Aloituskuukauden (maaliskuu 2009) kävijämäärä 22 484 on ohjelman historian korkein. Nämä tulokset heijastavat sitä, että Lasten seurassa -ohjelma alkoi isolla mediakampanjalla, joka ohjasi ihmisiä tutustumaan uusiin verkkosivuihin. Mediakampanja toistettiin syyskuussa 2009, jolloin kävijämäärä (15 896) oli ohjelman historian toiseksi korkein.

Myös vuonna 2011 ohjelmassa oli runsaasti mediakampanjointia. Tuolloin muun muassa esitettiin televisiossa isän ja pojan pilkkireissusta kertovaa sekä alkoholin alaikäisille välittämiseen liittyviä filmejä. Näillä yritettiin saada verkkosivuille erityisesti teini-ikäisten lasten läheisiä. Sivujen kävijämäärä (42 273) jäi kuitenkin pienemmäksi kuin vuonna 2009.

Pienimmät kävijämäärät sivuilla on ollut vuosina 2010 (30 914) ja 2012 (31 213). Tämä johtuu ennen muuta siitä, että ohjelmassa ei ollut vuonna 2010 lainkaan mediakampanjointia, ja vuonna 2012 tehtiin vain pienet radio- ja aikakauslehtikampanjat ja julkaistiin ohjelman linkki Alkon verkkosivuilla.

Kun kaikkien kuukausien kävijämäärät lasketaan yhteen, saadaan kävijämääräksi 167 092. Näin monta eri ihmistä sivuilla ei ole käynyt, sillä eri kuukausien kävijäjoukoissa on varmasti päällekkäisyyttä. Mutta tällaisenaankin luku tuntuu nettimaailmassa pieneltä, ja se on pieni verrattuna ihmismäärään, joka kyselytutkimuksissa on ilmoittanut havainneensa Lasten seurassa -ohjelman. Tämä kertoo siitä, että ohjelma ei ole onnistunut lyömään itseään läpi median uutis- ja keskustelupalstoilla. Jos ohjelmasta olisi tullut puheenaihe julkisuudessa, se olisi houkutelut verkkosivuille paljon lisää kävijöitä.

Toisaalta lastenseurassa.fi -sivujen kävijäkeskiarvo kuukaudessa on ollut vuonna 2009 selvästi suurempi, ja vuosina 2010–2012 se oli samaa suuruusluokkaa kuin kävijäkeskiarvo sisällöllisesti samankaltaisilla A-klinikkasäätiön Päihdelin-kin Perhe-sivuilla ja Lasisen lapsuuden sivuilla (Piispa 2010, 34). Ehkä siis on niin, että alkoholinkäyttöä, perhettä ja lapsia käsittelevän erikoissivuston vakiintuessa sen kävijämäärä kuukaudessa asettuu 2 000–3 000 tasolle. Mediakampanjointi voi nostaa luvun selvästi korkeammak-

si, mutta muutos jää lyhytaikaiseksi, eikä esimerkiksi laaja-alaisempien vauva- ja perhesivustojen kävijämääriä kannata tavoitellakaan.

## Kävijöiden kannanotot

Lastenseurassa.fi -sivuille on vuosina 2009–2012 kirjoitettu kaikkiaan 1 045 puheenvuoroa. Ne ja sivuilla esitettyihin kyselyihin ja väitteisiin annettujen vastausten jakautumat ovat tarjonneet vihjeitä siitä, millaisia alkoholinkäyttötapoja ja -asenteita ohjelman tavoittamilla ihmisillä on ja onko heillä tarvetta ohjelman viesteille vai ei.

Muodostunut kuva on hyvin selkeä. Suuri enemmistö aikuisten alkoholinkäyttöön kantaa ottaneista puheenvuoroista ja vastauksista on edustanut vastuullista ja valvutunutta suhtautumista. Puheenvuoroja lukiessa on tuntunut siltä, että asioita on mietitty ennenkin ja oma käsitys on siksi vakaa ja varma. Keskustelu eli puheenvuorojen kommunikointi toistensa kanssa onkin ollut vähäistä.

Aikuisten alkoholinkäyttöön kantaa ottaneista puheenvuoroista noin joka toisessa on puolustettu tai suositeltu kohtuukäyttöä. Peruslogiikka niissä on ollut se, että aikuisten hallittu, kohtuullinen ja vastuullinen alkoholinkäyttö – esimerkiksi saunaoluet, pari lasia viiniä aterialla ja illanvietoissa joskus enemmänkin – ei suinkaan vahingoita lapsia, vaan päinvastoin voi antaa heille luontevan ja huonoilta juomatavoilta suojaavan mallin suhtautumisessa alkoholiin; sen sijaan vanhempien absolutismi ja kiellot tai käytön salailu lapsilta voivat tehdä alkoholista ”kielletyn hedelmän” ja johtaa humalakäyttöön kaveripiirissä ja aikuisena.

Tähän alkoholikasvatusta korostaneeseen ydinargumentaatioon on yhdistynyt kohtuukäyttöpuheenvuoroissa viittauksia muun Euroopan esimerkkiin, suosituksia keskusteluista lasten ja nuorten kanssa, mainintoja lapsena saaduista tai omille lapsille annetuista ”alkoholimaistiaisista”, huomautuksia viinistä ja oluesta kulinaarisina elintarvikkeina ja suomalaisen ”mustavalkoisen” alkoholikeskustelun arvostelua.

”Yhden tai korkeintaan kaksi voi ottaa esim. saunan tai aterian yhteydessä vällän mainiosti, vaikka alaikäisiä olisikin paikalla (...) On tärkeää välttää alkoholin tabuksi muuttuminen, ja tabu siitä tulee, jos yhdenkin olutpullon juomista piilotellaan hysteerisesti. Jos sain vaiheessa lapsi kuitenkin huomaa asian ja kokee,

että olutpulloon liittyy jotakin mystiikkaa tai kielletyn hedelmän arvoitus ja näin teemme alkoholista kiehtovampaa, jännittävämpää ja tavoiteltavampaa kuin se onkaan. Tabujen rikkomiseksi on tärkeää luoda alkoholiin luonnollinen ja kieroutumaton suhde. Näin lapsikin oppii etelän maiden tavoin, että olut todellakin on vain käymisteitse valmistettu elintarvike”

Nimim. Niuhutus alko ahdistaa, 15.3.2011

Positiivisten mallivaikutusten korostamisen lisäksi kohtuukäyttö-puheenvuoroille on ollut tyyppillistä rajanveto ryyppäämisen ja humaltumisen suuntaan. Niitä on pidetty lasten seurassa sopimattomana, haittoja aiheuttavana käyttäytymisenä. Verkkosivuille on kirjoitettu runsaasti myös puheenvuoroja, joissa on argumentoitu kohtuukäyttöön kantaa ottamatta vain ryyppäämistä ja humaltumista vastaan.

Noin kolmasosa aikuisten alkoholinkäyttöön kantaa ottaneista puheenvuoroista on korostanut raittiutta joko yleisenä elämänvalintana tai nimenomaan lasten seurassa. Tässä argumentaatioissa on puhuttu muun muassa vanhempien mallivaikutuksista, lasten hyvinvoinnin ja oikeuksien ensisijaisuudesta, heidän herkkyydestään pienillekin muutoksille aikuisten käyttäytymisessä ja alkoholia nauttineen vanhemman heikentyneestä kyvystä auttaa lasta hätätilanteessa.

”Olen vastuussa lapseni kehityksestä niin että hänestä tulee psyykkisesti, fyysisesti ja sosiaalisesti täysipainoinen ihminen. Hän vie tulevaisuudessa opittuja asioita eteenpäin lapsilleen, joten minä äitinä nykyhetkessä olen vastuussa tulevista sukupolvista. EI KIITOS PÄIHTEITÄ”

Nimim. Yksin vanhempana, 6.3.2009

Ehkä olennaisinta sivuilla on kuitenkin ollut se, että aikuisten humalajuomisen lasten seurassa hyväksyviä, ryyppäämisellä kerskuvia tai muuten ohjelman sisällön kanssa jyrkässä ristiriidassa olevia puheenvuoroja on kirjoitettu hyvin vähän. Useimmat niistä ovat sitä paitsi olleet ilmeisiä ”trolleja”, tietoisesti provosoivia tai pilailevia kannanottoja. Näin ne ovat sekä sisällöltään että sävyiltään erottuneet muutoin erittäin asiallisesta kokonaiskuvasta.

”Valkone vale aikuisten mehu menee täydestä ku väärä raha. Iha sopivaa käyttää (...) jopa suosittelen Aina kii omala kohal se toimii ja voin kannata iha rauhassa. Nykin oon jounut par päävää ”käyneitä mehuja” ja lasppet viihtyy maniosti omissa huoneessa netin ja dvdn ääressä, kattovat varmaank väkivaltaa, mut hyvä mut en mä välitä (...) oma kanni oon thärkein!!!”

Nimim. kunollinen isskä, 19.3.2011

Sivuilla on vuodesta 2011 lähtien esitetty alkoholinkäyttöä koskevia väitteitä. Vastauksissa suurin yksimielisyys on vallinnut siitä, että aikuisten alkoholinkäyttö näyttää pelottavalta pienen lapsen perspektiivistä. Noin puolet vastaajista on ollut sitä mieltä, että ”yksikin on lasten seurassa liikaa”. Erilaisiin alkoholinkäyttötilanteisiin liittyvistä väitteistä vastaajien suuri enemmistö on torjunut ne, jotka liittyvät kalareissulla korkkaamiseen, juhlimisen mallin antamiseen lapsille, kuohuviiniin rippijuhlien kruunaajana ja työpäivän jälkeen nautittavaan alkoholiin. Joka toinen on ollut sitä mieltä, että saunakalja juodaan vasta lasten mentyä nukkumaan. Vain alkoholinkäyttö sunnuntailounaalla ja lomapäivänä on useammin hyväksytty kuin torjuttu.

Kaiken kaikkiaan lastenseurassa.fi-sivuille lähetettyjen puheenvuorojen ja kannanottojen argumentaatio on käynyt hyvin yhteen nuorten A-klinikkasäätiön tutkimuksessa (Takala & Ilva 2011) esittämien toiveiden kanssa: suuri enemmistö nuorista hyväksyi aikuisilta kohtuukäytön, mutta torjui humaltumisen kotona. Lasten seurassa -ohjelman vaikutusten kannalta puheenvuorojen ja kannanottojen vastuullinen ja valveutunut sisältö sen sijaan voi olla ongelma. Jos verkkosivuille kirjoitetut kannanotot kuvastavat sivuilla käyneiden enemmistön todellista käyttäytymistä, sivut näyttävät tavoittaneen lähinnä sellaisia ihmisiä, jotka jo osaavat ottaa alkoholin käytössään lapset huomioon.

## Loppupohdinta

Lasten seurassa -ohjelman toteutusvuosilta 2009–2012 ei ole tutkimusnäyttöä siitä, miten vanhempien ja muiden aikuisten alkoholinkäyttöä asenteet ja -käytännöt lasten ja nuorten seurassa ja niistä aiheutuvat haitat ovat muuttuneet. Näiden mittaaminen on vaikeaa: esimerkiksi haittojen vähentyminen voi olla niin pientä, että sitä ei tutkimuksella tavoiteta, ja muutokset tulevat usein esiin vasta pidemmän ajan kuluessa, monien eri toimien yhteisvaikutuksesta. Edes lastensuojelutapaukset, joissa vanhempien päihteiden käyttö usein on tärkeä syy, eivät ole yksiselitteinen mittari, sillä niiden määrä riippuu sekä perheiden elämäntapojen että viranomaiskäytäntöjen muutoksista.

Näytön puute haittojen vähenemisestä ei siis välttämättä kerro Lasten seurassa -ohjelman puutteista (vrt. Soikkeli & al. 2011). Toisaalta

vaikka tulevat tutkimukset osoittaisivat lapsille ja nuorille aiheutuvien haittojen vähentyneen, se ei ole vain Lasten seurassa -ohjelman ansiota, vaan johtuu artikkelin alussa todetusta laajemmasta ja pidemmästä lasten kokemia alkoholihaittoja määrittävästä prosessista.

Millaista näyttöä Lasten seurassa -ohjelman vaikutuksista edellä sitten on saatu? Niiden kyselyjen perusteella, jotka on tehty aktiivisten kampanjajaiheiden ulkopuolella ja muistamista auttamatta, ohjelman havainneiden 15–64-vuotiaiden määräksi voidaan arvioida 700 000–900 000 vuodessa. Ohjelman filmin näyttäminen on nostanut määrän kahteen miljoonaan. Alkoholinkäyttöään lasten ja nuorten seurassa pohtimaan, seuraamaan tai muuttamaan virittyneiden määräksi voidaan kyselyjen pohjalta arvioida 300 000–700 000 vuodessa. Kansalaisten mielikuva Alkosta on muuttunut ohjelman ansiosta myönteisemmäksi. Ohjelman verkkosivujen kävijämäärä on ollut ohjelman havainneiden määrään ja yleiseen nettiaktiivisuuteen verrattuna pieni, korkeimmillaan 22 500 kuukaudessa. Toisaalta näyttää siltä, että tämänkaltaisten erikoissivustojen kävijämäärät jäävät yleensäkin pieniksi.

Tulokset jättävät ristiriitaisen olon. Esimerkiksi tiedot siitä, miten ohjelma on virittänyt pohdintaa ja muutoksia, ovat olleet hyviä, mutta lähtökohdat huomioon ottaen ne olisivat voineet olla vielä paremmat. Suurin puute on ollut se, että ohjelma ei ole saanut juuri lainkaan huomiota valtakunnan ja maakuntien mediassa tai internetin blogeissa ja keskustelufoorumeilla. Tästä syystä siitä ei ole muodostunut julkista puheenaihetta. Tämä on heikentänyt ohjelman vaikutusmahdollisuuksia; laajempi mediajulkisuus olisi varmasti esimerkiksi lisännyt verkkosivujen kävijämääriä.

Väestökyselyjen mukaan Lasten seurassa -ohjelma näyttää pureen erityisen hyvin siellä, missä tarve sen viesteille on suurin. Alkoholia tiheästi tai usein paljon kerralla käyttävistä, ohjelman havainneista vastaajista jopa puolet on ilmoittanut pohdinnan tai muutosten virittymisestä. Tarkempaa tietoa pohdinnan tai muutosten sisällöstä ei ole, mutta vähintäänkin ne merkinnevät oman alkoholinkäytön hienosäätöä lapset ennistä paremmin huomioon ottavaksi.

Ohjelman havaitsemisluvut sekä verkkosivujen puheenvuorot ja vastausjakautumat viittaavat puolestaan siihen, että ohjelma olisi parhaiten tavoittanut vastuullisia ja valveutuneita vanhempia, jotka ennenkin ovat miettineet ohjel-

man esiin nostamia kysymyksiä, käyttävät alkoholia lasten seurassa kohtuudella tai ovat raittiita eivätkä hyväksy ryypäämistä ja humaltumista. Tällaisille vanhemmille Lasten seurassa -ohjelma merkinnee tilaisuutta reflektoida ja vahvistaa tietoisuutta omista, hyvistä ratkaisuista.

Arvioinnin tulokset yhteen vetäen Lasten seurassa -ohjelmalla voidaan nähdä kolme mahdollista vaikutusta. Se on ylläpitänyt ja virittänyt lapsinäkökulmaa suomalaisessa alkoholikeskustelussa ja -pohdinnassa, vahvistanut tietoisuutta alkoholinkäytön lapsivaikutuksista ja omista ratkaisuista sekä saanut aikaan oman alkoholinkäytön hienosäätöä (entistä) paremmin lapset huomioon ottavaksi. Tällä tavoin valistus yleensäkin lyhyellä aikavälillä vaikuttaa: hyviä trendejä vahvistaen ja vain pieniä muutoksia virittäen.

Vaikutusten luettelo herättää kuitenkin kriittisen kysymyksen: onko ohjelma yrittänyt vähentää vanhempien ja muiden aikuisten alkoholinkäytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvia haittoja tavalla, joka ei ota huomioon perheiden erilaisuutta; puhutteleeko se lähinnä elämäänsä ja alkoholinkäyttöään jo hallitsevia ihmisiä, mutta ei tehoa aikuisten syrjäytymisestä ja päihteiden ongelmakäytöstä lapsille aiheutuviin raskaisiin ongelmiin (vrt. Seppälä 2012; Snertingdal 2013). Eikö siis päättäjien painostaminen perhepoliittisiin toimiin tai alkoholijuomien hinnankorotuk-

siin olisi vähentänyt haittoja tehokkaammin kuin ”siisti” vastuullisuuteen ja kyvykkyyteen vetoava valistusohjelma?

Vastaus kysymykseen kuuluu: Julkisen vallan sosiaali- ja perhepoliittiset toimet ja vanhempien vastuullisuuden korostaminen eivät sulje toisiaan pois, vaan täydentävät toisiaan. Ensiksi mainitut parantavat perheiden elämänhallinnan edellytyksiä ja voivat lievittää vaikeita ongelmia nopeastikin. Vastuullisuutta korostava valistus voi puolestaan vaikuttaa ongelmien kulttuurisiin juuriin ja pidemmällä aikavälillä lievittää ja ehkäistä myös lasten vaikeita, vanhempien alkoholiongelmistä johtuvia haittoja.

Lasten seurassa -ohjelmassa on valittu jälkimmäinen tie, ja olen arvioinut sitä sen omista tavoitteenasetteluista lähtien. Esitän kuitenkin, että Alko joskus päättää rahoittaa hankkeita, joissa pyritään parantamaan nimenomaan alkoholinkäytön riski- ja ongelmaryhmien hyvinvointia ja terveyttä. Toisin kuin Lasten seurassa -ohjelma, tällaiset hankkeet eivät ole siistiä keskiluokkaista juomatapojen hiontaa ja hallintaa, mutta niillä voi olla hyvin konkreettisia myönteisiä vaikutuksia. Osoittaessaan, että Alko huolehtii myös niistä, jotka sen myymistä tuotteista eniten kärsivät, hankkeet voisivat kohentaa yhtiön imagoa vielä paremmin kuin Lasten seurassa -ohjelma.

## TIIVISTELMÄ

**Matti Piispa:** *Miten valistus voi vaikuttaa? Tapaustutkimus Lasten seurassa -ohjelmasta*

Lasten seurassa -valistusohjelma on pyrkinyt vähentämään vanhempien ja muiden aikuisten alkoholinkäytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvia haittoja. Se on kohdistunut kaikkiin aikuisiin ja perheisiin, ei vain alkoholin ongelmakäyttäjiin. Ohjelmalla on ollut hyvät lähtökohdat: yleinen mielipide tukee voimakkaasti lasten suojelua, ja viime vuosina lapsinäkökulma on Suomessa yleisesti vahvistunut. Artikkelissa arvioidaan Lasten seurassa -ohjelman vaikutuksia väestökyselyjen tuloksia ja ohjelman verkkosivuja erittelemällä.

Väestökyselyjen perusteella arvioituna sadattuhannet suomalaiset ovat Lasten seurassa -ohjelman johdosta pohtineet tai muuttaneet omaa alkoholinkäyttöään lasten ja nuorten seurassa. Alkoholia paljon käyttävistä, ohjelman havainneista vastaajista jopa 50 prosenttia on ilmoittanut pohdinnasta tai muutoksista. Esimerkiksi ohjelman televisiossa esitetyt filmit ovat tarjonneet vanhemmille tilaisuuden ottaa omat juomatavat puheeksi perhepiirissä.

Ohjelman verkkosivujen kävijämäärä on ollut korkeimmillaan 22 500 kuukaudessa. Lähetetyistä pu-

heenvuoroista ja käydyistä äänestyksistä päätellen sivut ovat tavoittaneet parhaiten vanhempia, jotka lasten seurassa käyttävät alkoholia kohtuudella tai ovat raittiita eivätkä hyväksy ryypäämistä. Tällaisille vanhemmille Lasten seurassa -ohjelma on ollut mahdollisuus vahvistaa tietoisuutta omista, hyvistä ratkaisuista.

Ohjelman vaikuttavuuden kannalta suurin ongelma on ollut sen vähäinen huomio internetin ja muun median uutis- ja keskustelupalstoilla. Jos ohjelmasta olisi muodostunut julkinen puheenaihe, sen verkkosivujen kävijämäärä olisi noussut korkeammaksi ja sen vaikuttavuus suuremmaksi.

Kaikkiaan Lasten seurassa -ohjelman voidaan arvioida 1) ylläpitäneen ja virittäneen lapsinäkökulmaa alkoholikeskustelussa, 2) vahvistaneen vanhempien tietoisuutta alkoholinkäyttönsä lapsivaikutuksista ja 3) saaneen aikaan alkoholinkäytön hienosäätöä entistä paremmin lapset huomioon ottavaksi. Tällä tavoin valistus yleensäkin lyhyenä aikana vaikuttaa: hyviä trendejä vahvistaen ja vain pieniä muutoksia virittäen.

**Avainsanat:** alkoholivalistus, vanhemmuus, arviointitutkimus



## KIRJALLISUUS

- Helakorpi, Satu & Holstila, Anna-Leena & Virtanen, Suvi & Uutela, Antti: Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen ja terveys, kevät 2011. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2012.
- Helsingin Sanomat (HS) 3.6.2009: Lastensuojelu on suomalaiselle tärkein arvo.
- Itäpuisto, Maritta: Kokemuksia alkoholiongelmaitten vanhempien kanssa eläystä lapsuudesta. Julkaisuja, Yhteiskuntatieteet E124. Kuopion yliopisto, 2005.
- Jallinoja, Piia & Piispa, Matti & Tigerstedt, Christoffer: Koko totuus huumekampanjasta. Valtakunnallisen hankkeen arviointi. Julkaisuja 10. Helsinki: Terveyden edistämisen keskus, 2003.
- Mäkelä, Pia & Mustonen, Heli & Tigerstedt, Christoffer (toim.): Suomi juo. Suomalaisen alkoholinkäyttö ja sen muutokset 1968–2008. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2010.
- Mäkelä, Pia & Mustonen, Heli: Koskevatko juomisen riskit vain pientä vähemmistöä? S. 195–206. Teoksessa Mäkelä, Pia & Mustonen, Heli & Tigerstedt, Christoffer (toim.): Suomi juo. Suomalaisen alkoholinkäyttö ja sen muutokset 1968–2008. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2010.
- Peltoniemi, Teuvo: Suomalaisen lasinen lapsuus 1994 ja 2004. *Tiimi* 41 (2005): 2, 4–10.
- Piispa, Matti: Alkoholilivistusta vanhemmille. Arviointi Viisas vanhemmuus -ohjelmasta 2009. Julkaisuja 4. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2010.
- Piispa, Matti: Alko vanhempien valistajana. *Yhteiskuntapolitiikka* 75 (2010): 2, 175–181 2010a.
- Piispa, Matti: Lasten seurassa -ohjelma 2010. Arvioinnin väliraportti. Raportti 5/2011. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2011.
- Piispa, Matti: Lasten seurassa -ohjelma 2011. Arvioinnin väliraportti. Raportti 13/2012. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2012.
- Piispa, Matti: Alkoholi, vanhemmuus, vastuullisuus. Yhteenvetoarvio Lasten seurassa -ohjelmasta 2009–2012. Työpaperi 4/2013. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2013.
- Raitasalo, Kirsimarja: Saako lasten seurassa juoda? Alkoholinkäyttö lasten seurassa ja asenteet sitä kohtaan. S. 167–176. Teoksessa Mäkelä, Pia & Mustonen, Heli & Tigerstedt, Christoffer (toim.): Suomi juo. Suomalaisen alkoholinkäyttö ja sen muutokset 1968–2008. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2010.
- Raitasalo, Kirsimarja & Holmila, Marja & Mäkelä, Pia: Drinking in the Presence of Underage Children: Attitudes and Behavior. *Addiction Research and Theory* 19 (2011): 3, 394–401.
- Roine, Mira: Lasinen lapsuus -kysely 2009: Joka neljäs suomalainen kokee lapsuudenkodissaan käytetyn liikaa päihteitä. *Tiimi* 45 (2009): 6, 4–7.
- Seppälä, Pauliina: Ärsyttävä valistus. Blogi Lastenseurassa.fi -sivuilla 24.10.2012.
- Snertingdal, Mette Irmgard: Brief Alcohol Intervention in Norwegian Natal Care: A Neoliberal Mode of Governing and Social Consequences. *Drugs and Alcohol Today* 13 (2013) (in press).
- Soikkeli, Markku & Salasuo, Mikko & Puuronen, Anne & Piispa, Matti: Se toimii sittenkin – kuinka päihdevalistuksesta saa selvää. Julkaisuja 116. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto ja Nuorisotutkimusseura, 2011.
- Takala, Janne & Ilva, Minna: Nuoret toivovat aikuisilta kohtuullista juomatapaa. *Tiimi* 47 (2011): 4, 6–9.
- Österberg, Esa: Suomalaisen alkoholipoliittiset mielipiteet 2007–2012. Julkaisematon tiedosto, 2012.